# কোল্ড ইমেইল প্লেবুক

BY SKILLBD.XYZ

# Cold Email Mastery – সম্পূর্ণ প্লেবুক

## সূচিপত্র


- এই প্লেবুক কার জন্য
- ধাপ ১: টার্গেট (ICP) এবং অফার পরিষ্কার করা
- ধাপ ২: সিস্টেম ও ডেলিভারেবিলিটি সেটআপ
- ধাপ ৩: লিড লিস্ট তৈরি ও এনরিচমেন্ট
- ধাপ ৪: হাই-রিপ্লাই সিকোয়েন্স লেখা ও লঞ্চ
- ধাপ ৫: এনালাইসিস, অপ্টিমাইজেশন এবং স্কেল
- ইমেইল কপি স্যাম্পল
- সংক্ষিপ্ত সারাংশ


---

## এই প্লেবুক কার জন্য

এই প্লেবুকটি তৈরি করা হয়েছে তাদের জন্য যারা:

- B2B সার্ভিস, এজেন্সি অথবা SaaS প্রোডাক্ট নিয়ে কাজ করছেন এবং কনসিস্টেন্ট মিটিং বুক করতে চান
- ফ্রিল্যান্সার, কনসালট্যান্ট, কোচ অথবা হাই-টিকেট সার্ভিস প্রোভাইডার
- কোল্ড ইমেইল আউটরিচ দিয়ে নতুন ক্লায়েন্ট অ্যাকুইজিশন সিস্টেম তৈরি করতে আগ্রহী
- প্রথমবার কোল্ড ইমেইল ক্যাম্পেইন শুরু করছেন অথবা বর্তমান ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স উন্নত করতে চান

এই প্লেবুকে আপনি পাবেন: একদম শূন্য থেকে শুরু করে স্কেল করা পর্যন্ত সম্পূর্ণ সিস্টেম, প্র্যাক্টিক্যাল স্টেপ, এবং রিয়েল ইমেইল কপি এক্সাম্পল।

---

## ধাপ ১: টার্গেট (ICP) এবং অফার পরিষ্কার করা

### ১.১ Ideal Customer Profile (ICP) কী এবং কেন জরুরি

ICP হলো আপনার **সবচেয়ে পারফেক্ট** গ্রাহকের বিস্তারিত প্রোফাইল। কোল্ড ইমেইল ক্যাম্পেইনে সফলতার মূল ভিত্তি হলো সঠিক মানুষের কাছে সঠিক মেসেজ পৌঁছানো।

ICP ক্লিয়ার না থাকলে যা হয়:

- ইমেইল generic এবং irrelevant মনে হয়
- Reply rate অনেক কম থাকে
- অনেক সময় এবং রিসোর্স নষ্ট হয় ভুল prospect-দের পেছনে

skillbd.xyz

- Offer তৈরি করতে সমস্যা হয়, কারণ টার্গেট পেইন পয়েন্ট অস্পষ্ট

## ১.২ ICP নির্ধারণের ফ্রেমওয়ার্ক

আপনার ICP ডিফাইন করার জন্য নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন:

| Parameter | উদাহরণ এবং প্রশ্ন |
|---|---|
| Industry / Niche | B2B service provider, SaaS founder, local business owner, professional services firm |
| Company Size | Solo entrepreneur, 1–10 কর্মী, 10–50, 50+ |
| Role / Title | CEO, Founder, Marketing Director, Sales Manager |
| Location | USA, UK, নির্দিষ্ট শহর/অঞ্চল (যেমন California, New York) |
| Tech Stack | HubSpot, Salesforce, Shopify, WordPress, custom CRM |
| Pain Points | লিড কম পাচ্ছে, কনভার্সন রেট কম, অ্যাপয়েন্টমেন্ট বুক হচ্ছে না |
| Revenue / Budget | $50k–$500k annual revenue, মাসে $500–$5k মার্কেটিং বাজেট |

Table 1: ICP ফ্রেমওয়ার্ক

**ICP এক লাইনে লেখার প্র্যাক্টিস:**

> "I work with small B2B service businesses in the US that sell high-ticket offers but don't have a predictable system for generating qualified leads."
>
> "I target founders of small software companies (5–20 employees) who have a good product but struggle to book consistent demo calls every month."

এভাবে লিখলে আপনার মেসেজিং, অফার এবং সিকোয়েন্স সব ক্লিয়ার হয়ে যাবে।

## ১.৩ অফার ডিজাইন – "No-Brainer Offer" তৈরি

আপনার অফার যত স্পেসিফিক এবং low-risk হবে, রিপ্লাই পাওয়ার সম্ভাবনা তত বেশি।

**দুর্বল অফার:**

- "আমরা ওয়েব ডিজাইন করি, আগ্রহী হলে কথা বলি।"
- "আমরা লিড জেনারেশন সার্ভিস দিই, একটা কল সেট করি?"

এসব generic মনে হয়, prospect জানে না কী পাবে এবং কেন সময় দেবে।

skillbd.xyz

**শক্তিশালী অফার:**

- Specific outcome: ঠিক কী ফলাফল পাবে
- Low time commitment: ১৫–৩০ মিনিট
- Low risk: ফ্রি, কোনো commitment নেই
- Immediate value: মিটিংয়ে বা তার আগেই কিছু পাবে

**চার ধরনের প্রমাণিত অফার:**

1. **Audit Offer**

   "আমি আপনার বর্তমান ওয়েবসাইট/ফানেল/ইমেইল সিস্টেমের ১৫ মিনিটের ফ্রি অডিট করব এবং তিনটি স্পেসিফিক ইম্প্রুভমেন্ট আইডিয়া দেব।"

2. **Teardown Offer**

   "আপনার ওয়েবসাইট/ল্যান্ডিং পেজের একটি ভিডিও teardown রেকর্ড করব এবং পাঠিয়ে দেব যেখানে ঠিক কোথায় ভিজিটররা drop করছে তা দেখাব।"

3. **Quick-Win Call**

   "২০–৩০ মিনিটের একটি কুইক কলে আমি আপনাকে তিনটি ready-to-use কোল্ড ইমেইল সিকোয়েন্স আইডিয়া দেব যা আপনি আজই টেস্ট করতে পারবেন।"

4. **Low-Friction Trial**

   "আমি আপনার জন্য ২০ টার্গেটেড লিডে কাস্টম কোল্ড ইমেইল পাঠাব, শুধুমাত্র বুকড কল হলে পরের ধাপ নিয়ে কথা বলব।"

**অফার তৈরির সময় চারটি প্রশ্ন:**

- Prospect কী আউটকাম চায়? (leads, booked calls, revenue, time saved)
- কত সময়ের মধ্যে তারা ফলাফল চায়?
- তাদের কোন ঝুঁকি/সমস্যা কমাতে হবে? (upfront cost, long contract, complexity)
- আপনি কীভাবে friction কমাবেন? (free, no obligation, simple process)

---

# ধাপ ২: সিস্টেম ও ডেলিভারেবিলিটি সেটআপ

এই সেকশনটি সবচেয়ে টেকনিক্যাল কিন্তু সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ। সঠিক সেটআপ না থাকলে আপনার পারফেক্ট ইমেইল কপিও স্প্যাম ফোল্ডারে চলে যাবে।

## ২.১ ডোমেইন স্ট্র্যাটেজি

**প্রধান নিয়ম:** আপনার মূল ব্যবসায়িক ডোমেইন (brand.com) কোল্ড ইমেইলের জন্য ব্যবহার করবেন না।

**কেন?**

skillbd .xyz

- কোল্ড ইমেইলে স্প্যাম রিপোর্ট আসতে পারে
- ডোমেইন রেপুটেশন খারাপ হলে আপনার মূল ব্যবসায়িক ইমেইলও স্প্যামে যেতে পারে
- একবার ব্ল্যাকলিস্ট হলে রিকভার করা খুব কঠিন

**সলিউশন:** সিমিলার ডোমেইন কিনুন যা আপনার ব্র্যান্ডের কাছাকাছি কিন্তু আলাদা।

**উদাহরণ:**

| মূল ডোমেইন | কোল্ড ইমেইল ডোমেইন |
|---|---|
| mybrand.com | trymybrand.com, getmybrand.com |
| youragency.com | getyouragency.com, tryyouragency.io |
| yourcompany.com | theyourcompany.com |

Table 2: ডোমেইন স্ট্র্যাটেজি উদাহরণ

**শুরুর জন্য সাজেশন:**

- ১–২টি ডোমেইন কিনুন (প্রতিটি $10–$15/year)
- প্রতি ডোমেইনে ২টি ইনবক্স তৈরি করুন
- মোট ২–৪টি ইনবক্স দিয়ে শুরু করুন

## ২.২ মেইলবক্স প্রোভাইডার নির্বাচন

সঠিক মেইলবক্স প্রোভাইডার নির্বাচন ডেলিভারেবিলিটিতে সরাসরি প্রভাব ফেলে।

**শীর্ষ দুটি প্রোভাইডার তুলনা:**

| Feature | Google Workspace | Microsoft 365 |
|---|---|---|
| Inbox Placement Rate | 94.18% | 95.38% |
| Daily Sending Limit | 2,000 ইমেইল/ইউজার (প্র্যাক্টিক্যালি 50–100 কোল্ড) | 10,000 ইমেইল/ইউজার |
| Setup Ease | খুবই সহজ, user-friendly | একটু টেকনিক্যাল, কিন্তু বেশি কন্ট্রোল |
| Tool Integration | বেশিরভাগ টুলের সাথে সহজ | Office ecosystem এর সাথে ভালো |
| Cost | $6–$12/user/month | $6–$12.50/user/month |
| Best For | Beginners, ছোট টিম, সহজ সেটআপ | হাই-ভলিউম সেন্ডার, বড় টিম |

Table 3: Google Workspace বনাম Microsoft 365 [1][2]

skillbd.xyz

**সুপারিশ:**

- আপনি যদি প্রথমবার শুরু করছেন এবং সহজ সেটআপ চান → **Google Workspace**
- আপনি যদি স্কেল করতে চান এবং টেকনিক্যাল সেটআপে comfortable → **Microsoft 365**

**অন্যান্য অপশন:**

- **Zoho Mail:** বাজেট-ফ্রেন্ডলি, ভালো ডেলিভারেবিলিটি, কিন্তু কম পরিচিত
- **Namecheap Private Email / cPanel:** এড়িয়ে চলুন, ডেলিভারেবিলিটি খুব দুর্বল

# ২.৩ DNS সেটআপ – SPF, DKIM, DMARC (গভীর ব্যাখ্যা)

এই তিনটি রেকর্ড আপনার ইমেইলের বিশ্বাসযোগ্যতা প্রমাণ করে এবং স্প্যাম থেকে রক্ষা করে।

## SPF (Sender Policy Framework)

**সহজ ভাষায়:**
SPF বলে দেয় কোন সার্ভারগুলো আপনার ডোমেইনের হয়ে ইমেইল পাঠাতে authorized।

**কীভাবে কাজ করে:**
যখন কেউ আপনার ডোমেইন থেকে ইমেইল পায়, রিসিভিং সার্ভার আপনার DNS-এ SPF রেকর্ড চেক করে এবং দেখে ইমেইল পাঠানো সার্ভার authorized কিনা।

**SPF রেকর্ড ফরম্যাট:**

v=spf1 include:_spf.google.com ~all

**ব্রেকডাউন:**

- v=spf1: SPF ভার্সন ১
- include:_spf.google.com: Google Workspace সার্ভার authorized
- ~{}all: অন্য সব সার্ভার "soft fail" (সন্দেহজনক কিন্তু ব্লক না)
- -all: অন্য সব সার্ভার "hard fail" (ব্লক করো) – বেশি strict

**Microsoft 365 এর জন্য:**

v=spf1 include:spf.protection.outlook.com ~all

**Multiple providers থাকলে:**

v=spf1 include:_spf.google.com include:_spf.brevo.com ~all

**সেটআপ স্টেপ:**

1. আপনার ডোমেইন registrar (Namecheap, GoDaddy, Cloudflare) এ লগইন করুন
2. DNS Management বা DNS Records সেকশনে যান
3. TXT রেকর্ড যোগ করুন:
    - Host/Name: @ (অথবা ফাঁকা রাখুন)

skillbd.xyz

- Value: আপনার SPF string

4. Save করুন এবং ১৫–৩০ মিনিট অপেক্ষা করুন

## DKIM (DomainKeys Identified Mail)

**সহজ ভাষায়:**
DKIM একটি ডিজিটাল সিগনেচার যা প্রমাণ করে ইমেইল পথে পরিবর্তন হয়নি এবং আসলেই আপনার ডোমেইন থেকে এসেছে।

**কীভাবে কাজ করে:**

1. আপনার ইমেইল সার্ভার প্রতিটি ইমেইলে একটি encrypted signature যোগ করে
2. Receiving সার্ভার আপনার DNS-এ public key খুঁজে বের করে
3. Signature verify করে দেখে ইমেইল authentic কিনা

**DKIM রেকর্ড দেখতে এমন:**

Name: google._domainkey
Type: TXT
Value: v=DKIM1; k=rsa; p=MIIBIjANBgkqhkiG9w0BAQEFAAOCAQ8AMIIBCg...

**সেটআপ স্টেপ (Google Workspace):**

1. Google Admin Console → Apps → Google Workspace → Gmail
2. "Authenticate email" তে যান
3. "Generate new record" ক্লিক করুন
4. Prefix (যেমন: google) এবং key length (2048-bit recommended) নির্বাচন করুন
5. Google একটি DKIM key generate করবে
6. আপনার DNS-এ TXT রেকর্ড যোগ করুন:
    - Host/Name: google._domainkey (Google দেবে)
    - Value: যে long key দিবে (copy করুন)
7. ২৪–৪৮ ঘণ্টা পর Google Admin-এ "Start authentication" ক্লিক করুন

**সেটআপ স্টেপ (Microsoft 365):**

1. Microsoft 365 Admin Center → Settings → Domains
2. আপনার ডোমেইন সিলেক্ট করুন → DNS records
3. দুটি CNAME রেকর্ড যোগ করতে বলবে:

Host: selector1._domainkey
Points to: selector1-yourdomain-com._domainkey.yourdomain.onmicrosoft.com

Host: selector2._domainkey
Points to: selector2-yourdomain-com._domainkey.yourdomain.onmicrosoft.com

skillbd.xyz

আপনার DNS-এ এই CNAME রেকর্ড যোগ করুন।

## DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting & Conformance)

**সহজ ভাষায়:**
DMARC হলো একটি policy যা বলে দেয় SPF বা DKIM ফেইল হলে ইমেইলের সাথে কী করতে হবে।

**DMARC এর তিনটি policy:**

- p=none: কিছু করো না, শুধু রিপোর্ট পাঠাও (শুরুর জন্য ভালো)
- p=quarantine: সন্দেহজনক ইমেইল spam folder-এ পাঠাও
- p=reject: সরাসরি ব্লক করো

**Basic DMARC রেকর্ড:**

v=DMARC1; p=none; rua=mailto:dmarc@yourdomain.com; pct=100

**ব্রেকডাউন:**

- v=DMARC1: DMARC ভার্সন
- p=none: Policy (শুরুতে none)
- rua=mailto:dmarc@yourdomain.com: রিপোর্ট কোথায় পাঠাতে হবে
- pct=100: ১০০% ইমেইলে policy apply হবে

**সেটআপ স্টেপ:**

1. আপনার DNS management-এ যান
2. নতুন TXT রেকর্ড যোগ করুন:
    - Host/Name: _dmarc
    - Value: আপনার DMARC policy
3. Save করুন

**পরে policy কড়া করা:**

কয়েক সপ্তাহ পর যখন সব ঠিকমতো কাজ করবে:

v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:dmarc@yourdomain.com; pct=100; adkim=r; aspf=r

তারপর শেষে:

v=DMARC1; p=reject; rua=mailto:dmarc@yourdomain.com; pct=100; adkim=s; aspf=s

**DNS সেটআপ যাচাই করা:**

সেটআপ শেষে এই টুলগুলো দিয়ে চেক করুন:

- MXToolbox SPF Check: https://mxtoolbox.com/spf.aspx

skillbd.xyz

- DKIM Validator: https://dkimcore.org/tools/
- DMARC Check: https://mxtoolbox.com/dmarc.aspx
- Mail Tester (সব একসাথে): https://www.mail-tester.com/

## ২.৪ ইনবক্স ওয়ার্ম আপ

নতুন ইনবক্সে প্রথম দিন থেকেই ৫০–১০০ ইমেইল পাঠালে স্প্যাম হওয়ার চ্যান্স অনেক বেশি। ইমেইল প্রোভাইডাররা নতুন অ্যাকাউন্ট খুব কড়াভাবে মনিটর করে।

**Warm-up কী:**
ধীরে ধীরে ইমেইল সেন্ডিং ভলিউম বাড়ানো এবং পজিটিভ engagement তৈরি করা যাতে ইমেইল প্রোভাইডার বুঝে এটি একটি legitimate sender।

**Manual Warm-up Plan (১৪ দিন):**

| Day | Emails/Day | Activity |
|---|---|---|
| 1–3 | 5–10 | নিজের অন্য ইমেইলে পাঠান, reply করুন |
| 4–7 | 15–20 | কয়েকজন সহকর্মী/বন্ধুকে পাঠান এবং reply নিন |
| 8–10 | 25–30 | কিছু real prospect-এ টেস্ট পাঠান |
| 11–14 | 40–50 | নরমাল ক্যাম্পেইন শুরু করুন |

Table 4: Manual Warm-up Schedule

**Automated Warm-up টুল:**

যদি একাধিক ইনবক্স থাকে তবে automated warm-up টুল ব্যবহার করা ভালো:

- Warmup Inbox
- Mailreach
- Lemwarm (Lemlist এর)
- Instantly.ai warm-up

এসব টুল অন্য warm-up অ্যাকাউন্টের সাথে automatically ইমেইল আদান-প্রদান করে এবং positive engagement তৈরি করে।

**Warm-up চলাকালীন করণীয়:**

- প্রতিদিন নির্দিষ্ট সময়ে ইমেইল পাঠান
- প্রথম সপ্তাহে promotional/sales email এড়িয়ে চলুন
- বেশি link এবং attachment এড়ান

skillbd .xyz

- Simple, conversational tone ব্যবহার করুন

## ২.৫ Sending Limit এবং Scaling Strategy

**Daily Sending Limit:**

- নতুন ইনবক্স: ২০–৩০ cold emails/day
- Warmed inbox: ৪০–৫০ cold emails/day
- Mature inbox (৩+ মাস): ৬০–৮০ cold emails/day maximum

**গুরুত্বপূর্ণ:** প্রোভাইডারের limit (Google: 2,000/day) এবং safe cold email limit আলাদা। আপনি technically ২,০০০ পাঠাতে পারলেও ৫০–এর বেশি cold email পাঠালে deliverability নষ্ট হবে।

**Scaling Formula:**

আপনি যদি প্রতিদিন ২০০ cold email পাঠাতে চান:

- ২০০ ÷ ৫০ = ৪টি ইনবক্স দরকার
- ৪টি ইনবক্স = ২টি ডোমেইন (প্রতি ডোমেইনে ২টি ইনবক্স)

**Rotation Strategy:**

একই সিকোয়েন্স একাধিক ইনবক্স দিয়ে পাঠান:

- Inbox A: List segment ১ (লিড ১–৫০)
- Inbox B: List segment ২ (লিড ৫১–১০০)
- Inbox C: List segment ৩ (লিড ১০১–১৫০)

এতে একটি ইনবক্স ব্লক হলে পুরো ক্যাম্পেইন বন্ধ হবে না।

---

# ধাপ ৩: লিড লিস্ট তৈরি ও এনরিচমেন্ট

## ৩.১ লিস্ট কোয়ালিটি কেন সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ

আপনি যত ভালো ইমেইল লিখুন না কেন, ভুল মানুষের কাছে পাঠালে কোনো ফলাফল আসবে না।

**খারাপ লিস্টের লক্ষণ:**

- Open rate ২০% এর নিচে
- Reply rate ১% এর নিচে
- বেশিরভাগ reply negative/uninterested
- অনেক bounce (invalid email)

**ভালো লিস্টের লক্ষণ:**

skillbd.xyz

- Open rate ৪০–৬০%+
- Reply rate ৫–১৫%
- Positive reply rate ২–৫%
- কম bounce (<5%)

## ৩.২ লিড সোর্সিং – কোথা থেকে লিড পাবেন

**Primary Sources:**

1. **B2B Databases**
    - Apollo.io: বড় database, ফ্রি plan আছে
    - ZoomInfo: খুব accurate, expensive
    - LinkedIn Sales Navigator: decision makers খুঁজতে ভালো
    - SkillBD Lead database
2. **Web Scraping**
    - Google Maps scraping (local businesses)
    - Industry directories scraping
    - Competitor client list scraping
3. **Manual Research**
    - LinkedIn search এবং profile analysis
    - Google search: "Real estate agent in [city]"
    - Association/directory websites

**প্রতি লিডে minimum data:**

| Field | কেন দরকার |
|---|---|
| Full Name | Personalization |
| Job Title | Relevance check |
| Company Name | Context |
| Email Address | Primary contact |
| LinkedIn URL | Research এবং verification |
| Company Website | Personalization angle |
| Location | Geographic relevance |

Table 5: Minimum Data Requirements

skillbd.xyz

## ৩.৩ ইমেইল ভেরিফিকেশন

Invalid email address এ ইমেইল পাঠালে bounce rate বাড়ে এবং sender reputation নষ্ট হয়।

**Email Verification টুল:**

- NeverBounce
- ZeroBounce
- Hunter.io email verifier
- Clearout

লিস্ট আপলোড করুন এবং verify করুন। শুধু "Valid" status এর ইমেইলে পাঠান।

## ৩.৪ লিস্ট এনরিচমেন্ট – Personalization এর জ্বালানি

Basic data (name, email, company) যথেষ্ট না। Personalization এর জন্য আরও context দরকার।

**Enrichment Data Points:**

- **Company info:** Industry, size, revenue, tech stack
- **Geographical:** City, state, primary market
- **Website analysis:** Site speed, mobile-friendly, has blog, has lead form
- **Social presence:** LinkedIn activity, recent posts, follower count
- **Recent activity:** New hire, funding, product launch, office move

**Enrichment এর ব্যবহার:**

এই data দিয়ে personalization angle তৈরি করুন:

- "দেখলাম আপনি সম্প্রতি [City]-এ নতুন অফিস খুলেছেন..."
- "আপনার LinkedIn post দেখলাম যেখানে আপনি [pain] নিয়ে কথা বলেছেন..."
- "আপনার ওয়েবসাইট দেখে বুঝলাম আপনার [specific service]-এ ফোকাস বেশি..."

---

# ধাপ ৪: হাই-রিপ্লাই সিকোয়েন্স লেখা ও লঞ্চ

## ৪.১ কোল্ড ইমেইলের অ্যানাটমি

একটি হাই-পারফরমিং কোল্ড ইমেইলের পাঁচটি অংশ:

1. **Subject Line** – খোলার কারণ
2. **Personalized First Line** – প্রমাণ করে আপনি research করেছেন
3. **Value Body (২–৩ sentence)** – কেন তারা care করবে

skillbd.xyz

4. **Social Proof** – বিশ্বাস তৈরি করা
5. **Clear CTA** – পরবর্তী ধাপ simple এবং low-commitment

## ৪.২ Subject Line – ছোট, স্পেসিফিক, প্রাসঙ্গিক

**Golden Rules:**

- ৩–৬ শব্দের মধ্যে
- Generic এড়ান: "Quick question", "Following up", "Collaboration"
- Specific এবং relevant রাখুন
- Curiosity তৈরি করুন কিন্তু clickbait নয়

**Subject Line Formulas:**

| Formula | উদাহরণ |
|---|---|
| [Location] + [benefit] | "Dhaka buyer leads", "[City name] property listings" |
| Quick idea for [company] | "Quick idea for ABC Realty", "Thought for your clinic" |
| [Specific result] | "Doubling your inbound leads", "20% more appointments" |
| [Pain point] solution | "Website not converting?", "Slow response time fix" |

Table 6: Subject Line Templates

**এড়িয়ে চলুন:**

- All caps: "IMPORTANT OPPORTUNITY"
- বেশি punctuation: "Question???", "Idea!!!"
- Spam trigger words: "Free", "Act now", "Limited time"
- Too long: ৮+ শব্দ

## ৪.৩ Personalized First Line

এটি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ। এক লাইনেই prospect বুঝবে এটি mass email নয়।

**Personalization Angles:**

1. **Website observation**

   "I noticed your website focuses heavily on [specific service/product area]."

2. **LinkedIn activity**

   "Saw your recent post where you mentioned challenges with [topic]."
3. **Recent news/trigger**

   "Congrats on opening your new office in [City] – saw the announcement!"
4. **Mutual connection**

   "আমি [Name]-এর সাথে কাজ করেছি, উনি suggest করেছিলেন আপনার সাথে যোগাযোগ করতে।"
5. **Industry-specific observation**

   "অনেক রিয়েল এস্টেট এজেন্ট দেখি যারা [City]-এ লিস্টিং করেন তারা..."

## ৪.৪ Value Body – ২–৩ বাক্যে মূল্য প্রদান

এই অংশে তিনটি কাজ:

1. তাদের problem acknowledge করা
2. আপনার solution এর outcome দেখানো
3. কেন আলাদা তা hint করা

**ফর্মুলা:**

> "অনেক [ICP] দেখি যারা [pain point] এ struggle করেন। আমরা [solution approach] দিয়ে [specific outcome] deliver করি, [differentiator]।"

**উদাহরণ:**

> "Many B2B service companies get decent website traffic but struggle to convert visitors into qualified leads. We build conversion-focused landing pages and automated follow-up systems that double lead quality within 30 days, with no extra ad spend."

**Common Mistakes:**

- নিজের সম্পর্কে বেশি বলা ("We are a leading agency...")
- Feature বলা কিন্তু benefit না বলা
- খুব long paragraph (৫+ বাক্য)
- Generic claim ("increase your sales", "grow your business")

## ৪.৫ Social Proof – বিশ্বাস তৈরি করা

এক–দুই বাক্যে proof দিন যে আপনি আগে similar result deliver করেছেন।

**Types of Proof:**

skillbd.xyz

1. **Case Study Mention**

   "Recently helped a California-based service business optimize their site speed and increase lead conversion by 45%."
2. **Client Name Drop (if allowed)**

   "We've worked with [Well-known Company] and [Industry Leader]."
3. **Quantified Result**

   "Over the past 6 months, we've helped 15+ local businesses increase online bookings by 60%+."
4. **Authority/Credential**

   "We're a certified marketing automation agency and have worked with 50+ B2B clients."

## ৪.৬ Call-to-Action (CTA) – সহজ পরবর্তী ধাপ

CTA হতে হবে:

- খুবই low-commitment
- স্পেসিফিক (এক ধাপ, দুই ধাপ নয়)
- সহজ ("yes/no" অথবা calendar link)

**High-converting CTA Examples:**

1. **Simple Reply Ask**

   "If interested, just reply 'yes' and I'll send over a calendar link."
2. **Quick Call**

   "Would you have 15 minutes? I can screen share and show you 3 specific ideas."
3. **Value First**

   "I can send over a quick video audit of your site – interested?"
4. **Soft Option**

   "If this isn't a priority right now, no worries – just let me know when might be better."

**CTA Mistakes:**

- বেশি commitment: "Can we schedule a 1-hour discovery call?"
- Multiple options: "Reply or call or check calendar or..."
- Direct calendar link first email-এ (কিছু ক্ষেত্রে কাজ করে, বেশিরভাগে করে না)

## ৪.৭ সিকোয়েন্স স্ট্রাকচার (৫–৭ ইমেইল)

skillbd.xyz

একটি cold email পাঠিয়ে থেমে গেলে চলবে না। বেশিরভাগ reply আসে ২য়–৪র্থ follow-up থেকে।

**Proven Sequence Structure:**

| Email | Timing | Angle |
|---|---|---|
| Email 1 | Day 0 | মূল value proposition + offer |
| Email 2 | Day 3 | Case study / social proof / result |
| Email 3 | Day 6 | Different angle / objection handling |
| Email 4 | Day 9 | Quick resource / value add (video/guide) |
| Email 5 | Day 12 | Simple reminder / different benefit |
| Email 6 | Day 16 | Soft breakup / final offer |
| Email 7 (optional) | Day 21 | Hard breakup / keep door open |

Table 7: Email Sequence Timing

**প্রতি ইমেইলের Length:**

- Email 1: ৭৫–১০০ শব্দ
- Email 2–4: ৫০–৭৫ শব্দ
- Email 5–7: ২৫–৫০ শব্দ (ছোট হতে থাকবে)

---

# ধাপ ৫: এনালাইসিস, অপ্টিমাইজেশন এবং স্কেল

## ৫.১ Key Metrics এবং বেঞ্চমার্ক

**Primary Metrics:**

| Metric | Good Range | Calculation |
|---|---|---|
| Open Rate | 40–70% | (Opens ÷ Sent) × 100 |
| Reply Rate | 5–15% | (Replies ÷ Sent) × 100 |

skillbd.xyz

| | | |
|---|---|---|
| Positive Reply Rate | 2–5% | (Positive ÷ Total Replies) × 100 |
| Meeting Booked Rate | 1–3% | (Meetings ÷ Sent) × 100 |
| Bounce Rate | <5% | (Bounces ÷ Sent) × 100 |

Table 8: Cold Email Benchmarks

**Secondary Metrics:**

- Click rate (যদি link থাকে)
- Response time (কত দ্রুত reply আসছে)
- Unsubscribe rate
- Spam complaint rate

## ৫.২ Diagnostic Framework – কোথায় সমস্যা

**Funnel Stages:**

Sent → Delivered → Opened → Replied → Positive → Meeting

প্রতিটি stage-এ conversion drop দেখুন এবং diagnose করুন:

| Problem | Likely Cause | Solution |
|---|---|---|
| High bounce rate (>10%) | Invalid emails, খারাপ list | Email verification করুন |
| Low open rate (<30%) | Subject weak, spam folder-এ যাচ্ছে | Subject test করুন, deliverability check |
| Open ভালো, reply কম | Copy/offer weak, wrong ICP | Value prop strengthen করুন |
| Reply ভালো, positive কম | Wrong audience, offer mismatch | ICP re-evaluate করুন |
| Positive ভালো, meeting কম | CTA unclear, friction বেশি | CTA simplify করুন |

Table 9: Troubleshooting Guide

## ৫.৩ A/B Testing Strategy

**কী টেস্ট করবেন (priority order):**

1. **Subject Line** – সবচেয়ে বড় impact
2. **Opening Line / Personalization** – engagement বাড়ায়

skillbd.xyz

3. **Offer** – conversion-এর key driver
4. **Body Copy Angle** – messaging fit
5. **CTA** – final conversion
6. **Sequence Timing** – follow-up intervals

**Testing Rules:**

- একবারে একটি element টেস্ট করুন
- Minimum ১০০ emails per variant পাঠান
- Statistical significance দেখুন (১৫%+ difference)
- ৭ দিন পর result evaluate করুন

## ৫.৪ Optimization Loop

**Continuous Improvement Cycle:**

1. **Week 1–2:** Initial campaign launch, data collect
2. **Week 3:** Subject line A/B test
3. **Week 4:** Winning subject + opening line test
4. **Week 5:** Offer variation test
5. **Week 6:** Winning combo-কে scale করুন

**ছোট changes, বড় impact:**

- Subject "Quick question" → "[City] buyer leads" = +15% open rate
- Generic opening → Specific website mention = +20% reply rate
- "Let's talk" CTA → "Reply 'yes' for calendar link" = +30% response

## ৫.৫ Scaling Strategy

**কখন scale করবেন:**

- Reply rate consistently 5%+
- Positive reply rate 2%+
- Meeting show-up rate 60%+
- Deliverability ভালো (bounce <5%, spam complaints minimal)

**Scale করার উপায়:**

1. **More Inboxes**

   নতুন ডোমেইন + ইনবক্স যোগ করুন এবং same winning sequence রান করুন।

skillbd.xyz

2. **New ICPs**

   Similar industry-তে expand করুন। যেমন: Real estate agents → Mortgage brokers।

3. **New Geos**

   যদি USA-তে কাজ করে, অন্য states-এ expand করুন।

4. **Hire VA/SDR**

   Lead research, list building, inbox management-এর জন্য VA hire করুন।

**SOP তৈরি করা (Scale এর জন্য অপরিহার্য):**

- Lead sourcing checklist
- Email verification process
- Campaign setup guide (screenshots সহ)
- Reply handling script
- Meeting booking workflow

Loom ভিডিও রেকর্ড করে প্রতিটি process document করুন। এতে আপনি সহজেই কাউকে onboard করতে পারবেন।

---

# ইমেইল কপি স্যাম্পল

নিচে তিনটি ভিন্ন niche-এর জন্য সম্পূর্ণ ইমেইল সিকোয়েন্স দেওয়া হলো।

## Example 1: B2B Service Company (Generic)

### Email 1 (Day 0)

**Subject:** quick idea for [Company Name]

**Body:**

Hi [First Name],

I came across [Company Name] and noticed that you work with [briefly mention their target market or service from website/LinkedIn].

A lot of B2B service companies we speak with have strong delivery, but don't have a predictable system for generating qualified leads and booked calls every month. We help them build simple outbound campaigns that consistently add 20–30 qualified opportunities per month without relying on paid ads.

skillbd.xyz

Recently, we helped a similar firm increase their monthly booked calls by 3x in 90 days just by improving their outbound messaging and follow-up.

If you'd like, I can record a short 10–15 minute video audit of your current funnel and share 3 specific ideas you can implement right away.

Worth a quick look?

Best,
[Your Name]

---

## Email 2 (Day 3)

**Subject:** Re: quick idea for [Company Name]

**Body:**

Hi [First Name],

Just a quick follow-up here.

For another B2B services firm, we focused on clarifying their ideal customer profile, tightening their offer, and rebuilding their first-touch cold emails. That alone was enough to move them from "inconsistent" to a steady flow of qualified calls every week.

If I put together a short, tailored Loom video showing exactly what I'd improve for [Company Name], would you be open to watching it?

[Your Name]

---

## Email 3 (Day 6)

**Subject:** small question

**Body:**

Hi [First Name],

Curious – is building a more predictable pipeline of qualified leads a priority for you in the next 1–3 months, or is it more of a "later this year" topic?

If it is on your radar, I'm confident I can share a few concrete ideas that would be useful, even if we never work together.

Either way, a quick "now" or "later" helps me know if I should keep this on my side as well.

skillbd.xyz

Thanks,
[Your Name]

---

## Email 4 (Day 9)

**Subject:** last note from me

**Body:**

Hi [First Name],

This will be my last email so I don't crowd your inbox.

If at any point you decide to explore outbound as a channel to get more qualified calls, feel free to keep this email and reach out. In the meantime, you're welcome to grab a slot on my calendar here if it's easier: [calendar link].

Wishing you and [Company Name] continued success.

Best,
[Your Name]

---

# Example 2: SaaS Company (Demo Calls)

## Email 1 (Day 0)

**Subject:** idea to get more demos

**Body:**

Hi [First Name],

I saw that [Company Name] helps [brief description of what their product does] – really interesting space.

Many SaaS teams we talk to have a solid product and happy users but aren't booking as many qualified demos as they'd like each month. We specialize in building outbound email campaigns that start 20–50 additional demo conversations per month with your ideal buyers.

For a similar SaaS company, we tripled their monthly demo volume in about 90 days by refining their ICP, tightening their outreach message, and setting up a simple follow-up sequence.

Would you be open to a 15-minute call where I can walk you through exactly what we'd do for [Company Name]?

skillbd .xyz

Best,
[Your Name]

---

## Email 2 (Day 4)

**Subject:** Re: idea to get more demos

**Body:**

Hi [First Name],

Quick follow-up.

B2B SaaS companies that combine cold email with LinkedIn outreach get 3.5x more replies than email alone. That's our core approach – multi-channel automation.

If filling your demo pipeline is a priority right now, happy to walk you through the approach.

Interested?

[Your Name]

---

## Email 3 (Day 7)

**Subject:** one resource

**Body:**

Hey [First Name],

I put together a short video guide: "How to write cold emails that SaaS buyers actually reply to."

Thought it might be helpful: [link]

If you want me to do a customized strategy session for [Company Name]'s specific use case, just let me know.

[Your Name]

---

## Email 4 (Day 11)

**Subject:** final note

**Body:**

[First Name],

skillbd.xyz

This will be my last email.

If you ever want to chat about outbound lead gen, my calendar is open: [link]

Wishing you success with [Company Name]!

[Your Name]

---

# Example 3: Local Business (Appointment-Based)

## Email 1 (Day 0)

**Subject:** idea for [Business Name]

**Body:**

Hi [Name],

Saw your business on [Google/Instagram] and noticed you focus on [specific service area].

Many local service businesses we work with get decent foot traffic but struggle to convert online visitors into booked appointments. We build automated booking systems and follow-up sequences that increase appointment volume by 35–60% within 60 days.

Recently helped a similar business in [City] go from 15–20 no-shows per month to less than 5, just by implementing automated reminders and confirmation workflows.

If you're interested, I can offer a free 15-minute consultation and show you exactly how this would work for [Business Name].

Just reply "yes" and I'll send over a calendar link.

Regards,
[Your Name]

---

## Email 2 (Day 3)

**Subject:** Re: idea for [Business Name]

**Body:**

[Name],

Quick case study to share:

A local service business came to us because they were losing 15–20 potential clients per month who never completed the booking process online.

skillbd .xyz

We implemented an automated follow-up system with SMS and email reminders, and their completed booking rate went from 42% to 71%.

Happy to discuss how this could work for your business.

[Your Name]

---

## Email 3 (Day 6)

**Subject:** quick question

**Body:**

[Name],

Just wanted to check – is improving your online booking rate a priority right now, or did I reach out at the wrong time?

If it's on your radar for the next 2–3 months, I'd love to help.

Otherwise, no worries at all.

[Your Name]

---

## Email 4 (Day 10)

**Subject:** closing the loop

**Body:**

[Name],

This will be my last follow-up.

If you ever want to work on growing your business through better online booking systems, feel free to keep my contact info.

Best wishes!

[Your Name]

---

# সংক্ষিপ্ত সারাংশ – ৫ ধাপ এক নজরে

1. **ধাপ ১: টার্গেট এবং অফার**

skillbd.xyz

- ICP পরিষ্কারভাবে define করুন (industry, size, role, pain point)
- No-brainer offer তৈরি করুন (audit, teardown, quick-win call, trial)
- এক লাইনে ICP লিখে test করুন

2. **ধাপ ২: সিস্টেম এবং ডেলিভারেবিলিটি**
    - আলাদা ডোমেইন + ইনবক্স সেটআপ (মূল brand ডোমেইন protect করুন)
    - Google Workspace অথবা Microsoft 365 ব্যবহার করুন
    - SPF, DKIM, DMARC সঠিকভাবে configure করুন
    - ১৪ দিনের warm-up করুন, ধীরে ধীরে volume বাড়ান
3. **ধাপ ৩: লিড লিস্ট এবং এনরিচমেন্ট**
    - ICP-based filtering দিয়ে targeted lead list তৈরি করুন
    - Email verification করুন (bounce কমাতে)
    - Enrichment data যোগ করুন (location, website, recent activity)
    - Personalization angles খুঁজে বের করুন
4. **ধাপ ৪: হাই-রিপ্লাই সিকোয়েন্স**
    - ৫টি component: Subject, Personalized first line, Value body, Proof, Simple CTA
    - ছোট রাখুন (৫০–১০০ শব্দ)
    - ৫–৭ email sequence তৈরি করুন (৩ দিন gap)
    - A/B test করুন এবং optimize করুন
5. **ধাপ ৫: এনালাইসিস এবং স্কেল**
    - Metrics track করুন: Open (৪০–৭০%), Reply (৫–১৫%), Meeting (১–৩%)
    - Diagnostic করুন: কোথায় drop হচ্ছে (subject, copy, offer, CTA)
    - একে একে optimize করুন (subject → opening → offer → CTA)
    - Winning formula পেলে scale করুন (more inboxes, new ICPs, hire VA)

---

# চূড়ান্ত পরামর্শ

Cold email mastery একটি skill যা আপনার ব্যবসার সবচেয়ে predictable revenue channel হতে পারে। কিন্তু এর জন্য:

- **Patience:** প্রথম ২–৪ সপ্তাহ testing এবং optimization
- **Consistency:** প্রতিদিন/সপ্তাহে নিয়মিত পাঠানো
- **Data-driven:** অনুমান নয়, metrics দেখে decision নেওয়া
- **Long-term thinking:** এটা overnight success নয়, কিন্তু ৩–৬ মাসে ট্রান্সফরমেটিভ results আসতে পারে

skillbd.xyz

আপনি যদি এই ৫ ধাপ ঠিকমতো execute করেন, আপনি প্রতি মাসে ২০–৫০টি qualified meeting consistently book করতে পারবেন।

শুভকামনা রইল আপনার cold email journey-তে!

---

# References


[1] Primeforge. (2026). Google Workspace vs Microsoft 365 for Cold Outreach. https://www.primeforge.ai/blog/google-workspace-vs-microsoft-365-for-cold-outreach

[2] Leadsmonky. (2026). Best Email Providers for Cold Outreach in 2026: Tested & Ranked. https://leadsmonky.com/best-email-providers-for-cold-outreach/

[3] Valimail. (2026). SPF, DKIM, and DMARC made simple: An easy guide to email authentication. https://www.valimail.com/blog/dmarc-dkim-spf-explained/

[4] WP Mail SMTP. (2025). What Are DMARC, SPF, and DKIM? Explainer + Setup Guide. https://wpmailsmtp.com/dmarc-spf-dkim/

[5] Howlongshouldacoldemailbe.com. (2026). 7 Cold Email Copywriting Formulas That Actually Work. https://howlongshouldacoldemailbe.com/blog/cold-email-copywriting-formulas/

[6] My Cold Leads. (2024). Defining your ICP - Cold Email Outreach. https://mycoldleads.com/cold-email/define-icp/

[7] Clario Signal. (2025). The Beginner's Guide to Defining Your ICP for Cold Email Success. https://clariosignal.com/define-ideal-customer-profile-icp-cold-email-success/


skillbd.xyz